

**Citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta Dalam Pemberitaan**  
**(Analisis Isi Pemberitaan Media Cetak Perusahaan BUMD PDAM**  
**Tirtamarta Yogyakarta Periode Januari – Desember 2013)**

**Yuledha Caisar Hapsari / Ike Devi Sulistyaningtyas**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

**Abstrak**

Citra sebuah perusahaan dapat tercermin dalam sebuah pemberitaan di media, maka penting bagi Humas PDAM Tirtamarta Yogyakarta untuk selalu mengontrol berbagai pemberitaan yang berkaitan dengan perusahaan. Metode analisis isi ini berfokus pada pengamatan dan pengukuran isi komunikasi, mengkaji pesan – pesan yang ada di media untuk dapat diukur pemberitaannya terhadap suatu perusahaan yang nantinya akan berpengaruh terhadap citra perusahaan itu sendiri. Kecendrungan isi berita terkait dengan citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta berfokus pada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan citra yang terbangun di pemberitaan cenderung netral dimasyarakat, melihat pernyataan publik baik narasumber internal maupun eksternal mengarah ke arah opini yang tidak memihak (netral). Citra seperti ini bisa jadi kurang menguntungkan bagi

perusahaan karena sewaktu – waktu bisa saja menjadi buruk apabila terkena isu negatif dan mendorong munculnya *Hot – issue publics* dimasyarakat.

*Keywords:* Kecenderungan Pemberitaan, Fokus Berita, Citra.

## 1. Latar Belakang

Media massa memiliki berbagai bentuk yakni surat kabar, majalah, radio siaran, televisi, film, komputer dan internet (Ardianto, 2012:103). Surat kabar memiliki jangkauan yang luas, terbit setiap hari sehingga dapat dengan mudah menyebar ke daerah-daerah secara serentak dan efektif (Ardianto 2012:104).

Menurut Berelson (Eriyanto. 2011:15) analisis isi merupakan teknik penelitian untuk mendrskipsikan isi komunikasi yang dilakukan secara objektif, sistematis dan kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak. Media dapat menyebabkan kerusakan fatal terhadap reputasi suatu perusahaan, namun disisi lain media juga dapat membangun reputasi perusahaan dengan menyediakan publisitas gratis (Gregory, 2004:26).

Macnamara (2005:10) menyatakan bahwa ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengukuran pemberitaan dalam surat kabar yaitu dapat dilihat dari penampilan fisik berita dan isi berita yang terdapat dalam surat kabar. Melalui penelitian analisis isi inilah dapat diukur pemberitaan terhadap suatu perusahaan.

## 2. Tujuan

untuk melihat citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta dalam pemberitaan di media cetak periode Januari – Desember 2013 dilihat dari (1) Penampilan fisik berita dan (2) Isi berita yang selanjutnya akan dianalisis dengan pendekatan kehumasan.

### 3. Hasil

#### 3.1 Unit Analisis Sirkulasi Berita

Hasil distribusi frekuensi tercatat bahwa artikel berita yang muncul di media cetak yang berkaitan dengan citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta dalam pemberitaan sebagian besar dimuat di koran lokal mencapai 95% yakni sebanyak 38 artikel berita, sedangkan hanya 5% yakni 2 artikel berita yang dimuat di koran nasional.

#### 3.2 Unit Analisis Penampilan Fisik Berita

##### 3.2.1 Posisi Berita

Hasil distribusi frekuensi pada penempatan posisi berita menunjukkan bahwa pemberitaan surat kabar untuk penempatan berita yang berkaitan dengan citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta terdapat 72.5% yakni 29 artikel berada di halaman dalam, sedangkan 27.5% atau sebanyak 11 artikel berada di halaman depan yang menandakan bahwa berita yang diangkat oleh surat kabar tersebut penting untuk dapat segera dibaca oleh publik.

##### 3.2.2 Ukuran Berita

Dari hasil distribusi frekuensi ukuran berita dapat dilihat bahwa ukuran berita yang berada dalam surat kabar cukup seimbang, sebanyak 72.5% yakni 29 artikel berita ditampilkan dengan panjang 1-7 paragraf, sedangkan 25% yakni 10 artikel memiliki ukuran 8-14 paragraf, dan sisanya sebanyak 2.5% yakni 1 artikel berita dimuat dengan ukuran banyak (15-21 paragraf).

##### 3.2.3 Jenis Berita

Hasil distribusi frekuensi yang dimuat yang berkaitan dengan citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta menunjukkan sebagian besar adalah jenis berita

*stright news* dengan prosentase 82.5% yakni 33 artikel dan sisanya sebanyak 17.5% yakni 7 berita termasuk dalam jenis *soft news*. Dapat disimpulkan bahwa pemberitaan yang mengangkat tentang PDAM Tirtamarta Yogyakarta sebagian besar ditampilkan dalam bentuk *stright news*.

### 3.3 Unit Analisis Isi Berita

#### 3.3.1 Fokus Berita

Hasil distribusi frekuensi dari fokus berita menunjukkan bahwa dari keseluruhan item berita yang ada, sebagian besar dengan prosentase 67.5% yakni 27 artikel berita mengangkat tentang bahasan mengenai layanan yang dilakukan oleh PDAM Tirtamarta Yogyakarta dalam berbagai hal. Selanjutnya yang menempati rangking kedua sebanyak 17.5% yakni 7 artikel berita mengangkat mengenai hubungan pelanggan. Sisanya sebanyak 5 artikel berita (12.5%) mengangkat pembahasan seputar prestasi perusahaan dan sisanya sebanyak 1 artikel berita (2.5%) mengangkat pembahasan tentang berita lainnya seperti kaitan PDAM Tirtamarta sebagai BUMD.

#### 3.3.2 Narasumber

Dari hasil distribusi frekuensi akan narasumber yang memberikan pendapat, pihak yang mendominasi yaitu narasumber internal mencapai 57.5% yakni 23 artikel berita, sedangkan pihak lain yang memberikan pendapat adalah pihak eksternal 25% yakni 10 artikel berita dan sisanya adalah gabungan dari pihak internal dan eksternal sebanyak 17.5% yakni 7 artikel. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa wartawan cenderung mencari berita dari pihak internal perusahaan.

### 3.3.3 Arah Opini

Hasil distribusi frekuensi dari arah opini yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa arah opini netral mendominasi narasumber dalam memberikan pendapat dalam berita surat kabar yaitu sebanyak 62.5% (25 artikel) kemudian arah opini positif (*favourable*) sebanyak 22.5% (9 artikel), dan sisanya sebanyak 15% (6 artikel) memberikan arah opini yang negatif (*unfavourable*).

## 4. Analisis

Dalam hasil distribusi frekuensi posisi berita terlihat bahwa sebagian besar pemberitaan mengenai perusahaan terletak di bagian dalam surat kabar (97.5%). Menurut Ima Hardiman (2006:49) berita pada halaman depan (headline) pada suatu surat kabar ialah berita yang mempunyai “Daya Jual” yang menyangkut kepentingan masyarakat banyak, singkat, padat, tidak mengandung provokatif dan tidak mengandung SARA. Dapat diasumsikan bahwa berita terkait PDAM Tirtamarta dalam kurun waktu periode Januari – Desember 2013 cenderung tidak menyangkut kepentingan orang banyak, kecuali publik terkait seperti pelanggan pengguna jasa air minum PDAM Tirtamarta Yogyakarta serta kurang memiliki daya jual yang cukup besar bagi surat kabar.

Penampilan fisik berikutnya yang dijadikan sebagai pengukuran adalah ukuran berita. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa surat kabar memberikan porsi sedikit (1-7 paragraf) yakni 72,5% dari seluruh pemberitaan dalam kurun waktu tersebut. Ukuran jumlah paragraf menunjukkan seberapa lengkap dan informatif surat kabar dalam memuat suatu berita. Semakin panjang paragraf, semakin lengkap dan informatiflah suatu berita. dapat diasumsikan bahwa surat kabar memiliki kecenderungan untuk memuat berita menyangkut PDAM

Tirtamarta Yogyakarta dengan porsi kelengkapan informasi yang sedikit (informasi yang diperlukan saja). Meskipun kebanyakan berita yang ditampilkan adalah sebagian besar berukuran sedikit, tetapi hal ini juga perlu diperhatikan oleh PR (Humas) perusahaan dalam memahami setiap apa yang diberitakan yang berkaitan dengan perusahaan, karena berita yang ada di setiap surat kabar dapat memiliki arti mendukung organisasi atau justru menyerang organisasi

Penampilan fisik selanjutnya yang digunakan untuk mengukur kecenderungan berita adalah jenis berita. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa 82.5% surat kabar mengkategorisasikan berita mengenai PDAM Tirtamarta Yogyakarta dalam bentuk straight news. dapat diasumsikan bahwa media telah mengagendakan berita mengenai perusahaan sebelumnya dengan pola penulisan yang ringkas namun sudah mencakup unsur kelengkapan berita yakni what, when, where, why, who dan how (5W+1H) (Kriyantono, 2008:109) dan sifatnya harus segera disampaikan oleh publik.

Dilihat dari penjabaran seputar analisa untuk unit analisis fokus berita dapat ditarik kesimpulan bahwa fokus berita mengenai layanan perusahaan menjadi sorotan utama dalam pemberitaan diberbagai media dalam periode tersebut (Januari – Desember 2013). Pemberitaan mengenai gangguan penyediaan air bersih menjadi topik utama yang cukup sering diangkat oleh media dapat mendorong opini publik yang berbeda – beda yang nantinya akan berpengaruh terhadap citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta sendiri. Namun, PDAM Tirtamarta ternyata cukup tanggap dalam menjawab keraguan publik terhadap pelayanan perusahaan sebelum semakin mengarah ke opini publik yang negatif terhadap citra perusahaan dengan mengeluarkan pernyataan dalam artikel pemberitaan

pada surat kabar Jawa Pos (16 November 2013) yang berjudul “PDAM Tirtamarta Komitmen Tingkatkan Pelayanan”.

Jika dilihat dari hasil analisis dari unit analisis narasumber dapat diketahui bahwa narasumber internal kerap mendominasi dalam memberikan pendapat maupun respon dalam suatu topik, isu maupun informasi yang berkaitan dengan PDAM Tirtamarta Yogyakarta. dapat diartikan bahwa seringkali nama kedua belah pihak internal ini muncul dalam memberikan pendapat ataupun respon dalam media surat kabar, ada kemungkinan bahwa PDAM Tirtamarta Yogyakarta sengaja menempatkan kedua tokoh narasumber di atas sebagai representasi perusahaan yang pendapatnya akan sangat berpengaruh dan tepat sasaran pada setiap pemberitaan yang di munculkan di surat kabar.

Dilihat dari hasil analisis unit analisis arah opini ternyata dalam kurun waktu periode tersebut, pemberitaan mengenai PDAM Tirtamarta Yogyakarta cenderung mengarah ke arah opini yang netral. Citra perusahaan yang netral dengan mudah menjadi negatif apabila perusahaan tidak dapat menangani masalah yang sedang hangat menjadi fokus perhatian di masyarakat, karena dapat mendorong publik masalah hangat (hot – issue publics) menjadi semakin aktif dalam memberikan komentar dan penilaiannya yang cenderung semakin memburuk seiring dengan lambatnya tanggapan dari perusahaan.

Hubungan yang baik dengan surat kabar perlu dijalin oleh praktisi PR, sesuai dengan pernyataan Cangara dalam Tamburaka (2012:137), bahwa para redaktur media mempunyai ketajaman untuk mengangkat isu atau fenomena yang perlu diketahui dan dibicarakan oleh masyarakat. Melihat fakta tersebut hubungan dengan beberapa media cetak tersebut perlu dibangun dengan lebih baik, supaya

dalam memberitakan dapat lebih berimbang dalam memaparkan suatu peristiwa dan tidak merugikan perusahaan yang akhirnya berdampak pada citra perusahaan itu sendiri.

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Citra PDAM Tirtamarta Yogyakarta dengan menggunakan metode analisis isi pemberitaan media cetak terkait PDAM Tirtamarta Yogyakarta dilihat dari penampilan fisik dan isi berita yang kemudian didiskusikan keterkaitannya dengan konsep kehumasan. Atas dasar tujuan tersebut, hasil penelitian ini akan menjawab setiap kategori penampilan fisik dan isi beita yang telah dibuat peneliti:

1. Berita mengenai PDAM Tirtamarta Yogyakarta dalam kurun waktu Januari – Desember 2013 dominan dimuat dalam surat kabar harian lokal yakni Bernas Jogja, Harian Jogja, Jawa Pos, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, dan Tribun Jogjadengan jumlah 38 item berita yang mana isi pemberitaan hanya dikonsumsi oleh publik lokal baik pelanggan, pihak internal perusahaan, serta pemerintah kota khususnya yogyakarta.

2. Surat kabar baik lokal maupun nasional memiliki kecenderungan memuat berita terkait PDAM Tirtamarta Yogyakarta di halaman dalam. Ini menunjukkan berita yang dimuat tidak terlalu menarik dan kurang memiliki daya jual bagi surat kabar yang bersangkutan untuk dijadikan headline sebuah surat kabar. Meskipun demikian, pemberitaan apapun terkait PDAM Tirtamarta Yogyakarta perlu mendapat perhatian dari pihak Humas perusahaan melihat bahwa banyaknya berita dalam surat



kabar dapat memberikan pengaruh positif ataupun negatif bagi citra perusahaan.

3. Pemberitaan selama periode Januari-Desember 2013 didominasi oleh berita dengan ukuran sedikit (1-7 paragraf) saja. Dapat diasumsikan bahwa surat kabar memiliki kecenderungan memuat pemberitaan mengenai PDAM Tirtamarta Yogyakarta dengan kelengkapan informasi yang sedikit namun sudah memenuhi kelengkapan informasi dalam sebuah berita.

4. Straight news merupakan jenis berita yang paling banyak muncul dalam pemberitaan surat kabar selama periode Januari – Desember 2013. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa berita – berita yang sering muncul adalah berita yang bersifat aktual (terkini) dan harus disampaikan secara cepat kepada publik.

5. Fokus berita yang paling banyak diangkat dalam surat kabar baik lokal maupun nasional pada periode tersebut ialah mengenai layanan yang diberikan oleh PDAM Tirtamarta Yogyakarta yang berkomitmen untuk meningkatkan pelayanan dari berbagai aspek kepada pelanggan.

6. Narasumber yang sering ikut andil dalam memberikan komentar dan opininya terkait pemberitaan seputar PDAM Tirtamarta Yogyakarta ialah pihak internal PDAM Tirtamarta itu sendiri yang kerap diwakili oleh Direktur utama dan Direktur Bidang Teknik. Hal ini dapat dikarenakan karena pihak internal perusahaan dianggap memiliki

kredibilitas dan kualitas informasi yang disampaikan berkenaan dengan topik yang diangkat surat kabar mengenai perusahaan.

7. Secara keseluruhan pemberitaan didominasi dengan arah opini netral. Hal tersebut menunjukkan bahwa surat kabar pada umumnya menunjukkan sikap cukup berimbang dalam memaparkan fakta berita terkait PDAM Tirtamarta Yogyakarta. Namun hal ini membawa pengaruh yang cenderung negatif bagi citra perusahaan ke depannya. Karena citra perusahaan yang masih rentan dapat dengan mudah jatuh saat bersinggungan dengan isu – isu yang negatif yang menyulut emosi banyak pihak.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa citra yang terbentuk melalui konstruksi media dalam pemberitaan di surat kabar selama periode Januari – Desember 2013 adalah netral, dengan fokus layanan menjadi fokus berita yang sering diangkat dan narasumber internal mendominasi opini yang ada dalam pemberitaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya konsentrasi Public Relations yaitu dalam pembentukan citra perusahaan (corporate image) melalui pemberitaan di surat kabar menggunakan metode analisis isi.

#### 6. Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, dan Lukiati Komala. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Assumpta, Maria. 2002. Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik. Jakarta: Grasindo

- Eriyanto. 2011. Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Lainnya. Jakarta: Kencana
- Gregory, Anne. 2004. Perencanaan dan Kampanye Public Relations. Jakarta: Erlangga
- Hardiman, Ima. 2006. 400 Istilah Public Relations Media Periklanan. Jakarta: Gagas Ulung
- Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (kualitatif dan kuantitatif). Jakarta: Gaung Persada Press
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Public Relation Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat. Jakarta: Prenada Media Group
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Morissan. 2006. Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional. Jakarta: Ramdina Prakarsa
- Neuendorf, K.A. 2002. The Content Analysis Guide Book. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Neuman, W. 1997. Social Research Methods: qualitative and quantitative approaches. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon
- Nimmo, Dan. 2010. Komunikasi Politik: khalayak dan efek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Olii, Helena. 2007. Opini Publik. Jakarta: PT. Indeks
- Prajarto, Nunung. 2010. Analisis Isi: Metode Penelitian Komunikasi. Yogyakarta: FISIPOL UGM
- Ritonga, Jamiluddin. 2004. Riset Kehumasan. Jakarta: Grasindo

Tamburaka, Apriadi. 2012. Agenda Setting Media Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Wasesa, Silih Agung. 2005. Strategi Public Relations. Jakarta: Gramedia

Wasesa, Silih Agung dan Jim Macnamara. 2010. Strategi Public Relations: Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal Dengan Hasil Maksimal. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Wimmer, Roger D & Joseph R Dominic. 2000. Mass Media Research: An Introduction, Sixth Eddition. California: Wadsworth Publishing Company

#### SKRIPSI

Fani, Ratna Diah. PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang Dalam Pemberitaan: Analisis Isi Pemberitaan Media Cetak Terhadap Perusahaan BUMD PDAM Tirta Benteng Kota Tangerang Periode Januari-Desember 2010. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2011

#### JURNAL

Macnamara, Jim. (2005). Media Content Analysis: Its Uses; Benefit and Best Practice Methodology. Asia Pasific Public Relations Journal, 6(1): 1-34